

**ProAgria**  
Etelä-Suomi



MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET



## Laatu- ja alkuperämerkit ruoka- ja elintarvikealan yrityksissä

ProAgria Etelä-Suomi ry / Etelä-Suomen maa- ja kotitalousnaisten piirikeskus  
Tuula Repo, 040 588 0958, [tuula.repo@proagria.fi](mailto:tuula.repo@proagria.fi), ProAgria Etelä-Suomi ry  
Satu Nokkonen, 040 574 9337, [satu.nokkonen@maajakotitalousnaiset.fi](mailto:satu.nokkonen@maajakotitalousnaiset.fi), Etelä-Suomen maa- ja kotitalousnaiset  
Jenni Kunnaala, Etelä-Suomen maa- ja kotitalousnaiset, tiedotus ja viestintä

**Etelä-  
Karjalan  
kunnat**



**Vipuvoimaa**  
**EU:lta**  
2014–2020



**ETELÄ-  
KARJALA**

**ProAgria**  
Etelä-Suomi



## Karelia à la carte

Karelia à la carte –verkostossa pohjois- ja eteläkarjalaiset ravintolat, matkailu- ja elintarvikealan yritykset tekevät markkinointiyhteistyötä Karelia à la carte brändin alla.

Karelia à la carte verkoston visiona on olla tunnettu ja ainutlaatuinen gastronomiaverkosto, jossa yritykset käyttävät paikallisia raaka-aineita, tuotteita ja palveluita sekä tekevät yhteismarkkinointia Euroopan ja Suomen markkinoilla.

Yritykset ovat sitoutuneet seuraaviin arvoihin:

- ✓ **Paikallisuus**
- ✓ **Karjalaisuus**
- ✓ **Vieraanvaraisuus**
- ✓ **Luonto**

Verkosto on perustettu vuonna 1991 ja siinä on mukana 57 ruoka-alan yritystä. Jäsenmaksu 65 € + alv.



**Karelia**  
à la carte



MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET

# Paikallisuus Karelia à la carte -verkostoyrityksissä

Yrityksessä tarjoiltavien ruokien pääraaka-aineet ovat ensisijaisesti kotimaisia, mieluiten paikallisia. Yrityksessä tunnetaan paikalliset tuotteet ja palvelut ja niitä käytetään oman toiminnan tukena. Henkilökunta osaa kertoa tuotteiden alkuperän ja se tuodaan esille myös muutoin.

Esimerkkejä toteutuksesta:

- ✓ Sesongin mukaista ruokaa
- ✓ Mahdollisimman vähän lisäaineita, ”artesaanituotteita”
- ✓ Käytetään paikallisia palveluja, Karelia à la carte-verkoston yritysten tuotteita

- ✓ paikallisuus, karjalaisuus ja omaleimaisuus näkyy rakennuksissa, sisustuksessa ja vaatetuksessa sekä tarinoissa
- ✓ yrittäjän, yrityksen, paikkakunnan tai kylän historiasta ja nykypäivästä ammentaminen on hyvä tapa lisätä tarinoita palvelun ”mausteeksi”

Ruokalistalla:

- ✓ tuotteennimi, tuottaja/valmistaja, paikkakunta
- Tuotteen yhteydessä menukortissa:
- ✓ tuotteen nimi, tuottaja/valmistaja, paikkakunta

**Jos yrityksessä on myynnissä ulkolaisia erikoistuotteita, Karelia à la carte-tuotteet pidetään niistä selvästi erillään ja merkinnät on oltava selkeät.**



**Karelia**  
*à la carte*



MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET

# Karjalaisuus Karelia à la carte -verkostoyrityksissä



Yrityksessä tiedostetaan karjalaisuuden hyödynnettävyys lisäarvoa tuottavana ominaisuutena.

- ✓ Karjalaisuus näkyy paikasta riippuen joko perinteisempänä tai uudempana versiona.
- ✓ Ruokatuotteissa arvostetaan perinteistä makua, vaikka muoto/tarjoilutapa voikin olla moderni.
- ✓ Tervetulleita on myös uudet maut, kunhan liittyminen ruokaperinteeseen on selkeästi nähtävissä.



**Karelia**  
*à la carte*



MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET

# Karjalaisuus Karelia à la carte -verkostoyrityksissä

## Esimerkkejä toteutuksesta

Karjalainen maku ja tuoksu:

- ✓ Tuoreet ja laadukkaat raaka-aineet (monipuolinen kasvien käyttäminen, liha- ja maitotuotteet, riista, järvikalat, marjat, sienet, luonnonmyrteet...), ruokalajit (lihapadat, karjalanpaisti, rikas piirakkaperinne, puurot ja vellit), ruoanvalmistustavat (maitohapposäilötykasvikset, uunissa hauduttaminen, leivontaperinne: piirakat, vatruskat, sultsinat, pyöröt, leivät, ruisleipä...)
- ✓ Hyödynnetään vanhaa, perinteistä reseptiikkaa
- ✓ Ei käytetä turhia lisäaineita, tavoitteena artesaanituote

Karjalaisuus kaikilla aisteilla:

- ✓ Tuntoaistimus; aidot materiaalit, kivi, pellava, villa, puu, tuohi, lasi... (ei kertakäyttöastioita, ei muovia)
- ✓ Äänimaisema; musiikki, tanssi, murre, hiljaisuus, luonto
- ✓ Silmin nähtynä; esim. Karelia à la carte-materiaali monessa muodossaan (esim. vaatteet, servetit), rakentamiskulttuuri, tekstiilit, esineet, luonto
- ✓ Koettuna; avoimuus, aitous, puheliaisuus, herkkyys (mm. vaikutteita on kautta vuosisatojen otettu niin idästä kuin lännestä, ”Karjalassa nauru ja itku on herkässä”, karjalainen puheliaisuus).



**Karelia**  
*à la carte*



MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET

# Vieraanvaraisuus Karelia à la carte -verkostoyrityksissä

## Tervetuloa ainutlaatuiselle ruokamatkalle karjalaiseen keittiöön!

Karjala tunnetaan vieraanvaraisuudestaan. Yrittäjät ottavat asiakkaat vastaan kuten he olisivat vieraita.

Esimerkkejä toteutuksesta:

- ✓ Iloisuus, omaleimaisuus ja ”lupsakkuus” kuuluu karjalaisiin tapoihin
- ✓ Aitoa välittämistä ja asiakkaan kunnioittamista sekä kuuntelemista
- ✓ Huolehditaan yrittäjien ja henkilöstön hyvinvoinnista, ”uupunut ei jaksakaan olla vieraanvarainen”
- ✓ Palautteen kerääminen ja siihen reagointi
- ✓ Pidetään, mitä luvataan -periaate
- ✓ Tärkeintä on, että asiakkaalle syntyy tunne vieraanvaraisuudesta



**Karelia**  
*à la carte*



MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET

# Luonto Karelia à la carte -verkostoyrityksissä

Luonto kytkeytyy luontevasti yrityksen toimintaan.

Käytetään luonnonmateriaaleja sisustuksessa, astioissa, somisteissa ja vaatetuksessa.

Käytetään raaka-aineina luonnontuotteita, järvikalaa ja riistaa.

Toiminta on ympäristövastuullista, kestävän kehityksen mukaista.

Esimerkkejä toteutuksesta:

- ✓ Luonto toimii palveluympäristönä
- ✓ Luonto tarjoaa raaka-aineet
- ✓ Luonnon hyödyntäminen tehdään näkyväksi viestinnässä mm. nettisivujen kuvat
- ✓ Uusiutuvat energiaratkaisut, jätteidenlajittelu, kierrätys, kiertotalouden ratkaisut, hiilijalanjäljen minimointi ja kompensointi, energiatehokkuuden edistäminen, lähi- ja luomuraaka-aineiden hyödyntäminen, ruokahävikin välttäminen ja hyödyntäminen, eläinten hyvinvointi, ravitsemukselliset innovaatiot, ympäristöstä huolehtiminen



Karelia  
à la carte



MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET

# Luonto Karelia à la carte -verkostoyrityksissä



Lisätiedot:

Johanna Rinnekari, pj. Karelia à la carte –verkosto

Yritysasiantuntija, MKN Yrityspalvelut

p. 040 301 2441

[johanna.rinnekari@maajakotitalousnaiset.fi](mailto:johanna.rinnekari@maajakotitalousnaiset.fi)

[johanna.rinnekari@proagria.fi](mailto:johanna.rinnekari@proagria.fi)

<https://www.kareliaalacarte.fi/jasenyys>



Kuvat: kareliaalacarte.fi

**Karelia**  
*à la carte*

 MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET



# D.O. Saimaa

- ✓ D.O. -merkki on tunnettu laatumerkki Euroopassa
- ✓ Lyhenne D.O. tulee englannin kielen sanoista "designation of origin". Merkki kertoo siitä, että tuote on valmistettu tietyllä alueella korkeat laatukriteerit täyttäen.
- ✓ D.O. -laatumerkki edellyttää korkeiden laatuvaatimusten täyttymistä koko tuotantoketjussa sekä vastuullista toimintatapaa ympäristön, kestävän kehityksen ja yhteiskuntavastuun näkökulmasta.
- ✓ Alkuperämerkki ilmentää myös alueensa kulttuuria ja korostaa sen ruoka- ja kulttuuriperimän omaleimaisuutta. Tämä tukee perinnön välittämistä tuleville sukupolville ja lisää tuotteiden kiinnostavuutta raaka-aine- ja tuotetietoisten kuluttajien keskuudessa.
- ✓ D.O. -merkityt tuotteet ovat saavuttaneet suosiota erityisesti Etelä- ja Keski-Euroopassa. Esimerkiksi Ranskassa Champagne-maakunnassa tuotettu samppanja ja italialainen Parman kinkku ovat esimerkkejä D.O. - tuotteista.



# D.O. Saimaa

## Designation of Origin Saimaa

- ✓ Alueellinen alkuperä- ja laatumerkki
- ✓ Merkin sloganissa mainittu hyvä tarkoittaa paitsi korkeaa laatua, myös positiivista vaikutusta ympäristöön, kulttuuriin, alueen elinvoimaisuuteen ja yhteiskuntaan.
- ✓ D.O. Saimaa -merkittyjä tuotteita tai raaka-aineita käyttävät kuluttajat, ravintolat ja jälleenmyyjät tietävät tekevänsä hyvän, eettisen ja vastuullisen valinnan.
- ✓ Saimaa lukeutuu Suomen kansainvälisesti tunnetuimpiin ja arvostetuimpiin brändeihin.
- ✓ D.O. Saimaa –merkki tuotteessa viestii niin kansainvälisille matkailijoille kuin paikallisille kuluttajillekin tuotteen olevan Saimaalta kotoisin, laadukas ja puhdas.
- ✓ D.O. Saimaa –tuottajat, jatkojalostajat ja jälleenmyyjät liputtavat paikallisen ja korkealaatuisen tuotannon puolesta.
- ✓ Etelä-Savon maakuntaliitto hallinnoi D.O. Saimaa -merkin käyttöä ja vastaa alkuperämerkin myöntämisestä tuottajille ja tuotteille.



# D.O. Saimaa

## D.O. Saimaa –ruokatuotteet

- ✓ Tuoteryhmiä ovat liha, kala, marja, vilja, vihannes, juoma, maito ja mauste
- ✓ Tuote tai raaka-aine tuotettu, käsitelty ja jalostettu Saimaan alueella (n. 100 km säteellä Saimaan vesistöstä)
- ✓ Korkealaatuinen valmistusprosessi
- ✓ Gastronomisten ja yhteiskuntavastuullisten kriteerien täytyminen
- ✓ Kestävän kehityksen mukainen valmistusprosessi
- ✓ Merkkiä voi hakea myös yksittäiselle tuotteelle



## D.O. Saimaa –designtuotteet

- ✓ Design- ja taidekäsityön ammattilaisilla mahdollisuus erottautua laadulla ja paikallisuudella
- ✓ Tuotteet osana Saimaan markkinointia
- ✓ Ei oteta uusia merkkihakemuksia tällä hetkellä

## We Support –ravintolat

- ✓ Ravintoloiden annoksissa suositaan lähialueen tuoreita kaloja, sesonkien kasviksia, marjoja ja hedelmiä sekä paikallisesti tuotettua lihaa.
- ✓ Ravintolat on luokiteltu viiden, kolmen ja yhden tähden We Support -ravintoloiksi sen mukaan, kuinka paljon keittiö käyttää D.O. Saimaa -tuotteita.



# D.O. Saimaa



Merkin hakuaika umpeutuu kahdesti vuodessa, maaliskuun ja syyskuun lopussa.

Päätöksen D.O. Saimaa -merkin myöntämisestä tekee Etelä-Savon maakuntaliiton nimeämä asiantuntijaraati. Päätös merkin myöntämisestä tehdään perustuen kokonaisvaltaiseen harkintaan. Jokainen hakija saa raadilta palautteen perusteluineen, riippumatta hakemuksen hyväksymisestä.

Lisätietoja:

Tuula Kokkonen, elinkeinopäällikkö, Etelä-Savon maakuntaliitto

[tuula.kokkonen@esavo.fi](mailto:tuula.kokkonen@esavo.fi)

040 678 5415



MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET

# Saimaa Geopark

- ✓ Geopark on yhtenäinen maantieteellinen alue, jolla on kansainvälisesti merkittävää geologista arvoa.
- ✓ Geopark kertoo alueensa syntytarinaa ja tuo esille alueen kansainvälisesti merkittäviä luontokohteita sekä historiallisia nähtävyyksiä.
- ✓ UNESCO Global Geoparkit ovat kansainvälisesti erittäin suosittuja matkailukohteita ja matkailullisen vetovoiman näkökulmasta ne ovat rinnastettavissa kansallispuistoihin ja UNESCO:n maailmanperintökohteisiin.
- ✓ Saimaa Geopark sai UNESCO Global Geopark -statuksen keväällä 2021.
- ✓ UNESCO Global Geoparkeihin kuuluu 177 kohdetta 46 maasta. Suomesta UGGp-statuksen ovat saaneet Saimaa Geopark, Rokua Geopark, Lauhanvuori-Hämeen kangas Geopark sekä Salpausselkä Geopark.
- ✓ Saimaa Geopark ry:n tavoitteena on kehittää luontomatkailua Etelä-Karjalan ja Etelä-Savon maakuntien alueella. 65 geokohdetta muodostavat eteläisen Saimaan alueella mielenkiintoisen ja vetovoimaisen matkailuympäristön, joka mahdollistaa uudenlaisen monipuolisen tuotteistuksen erilaisille matkailun ja vapaa-ajan kohderyhmille.



# Saimaa Geopark, Geofood

- ✓ Geofood on paikallista, kestävin menetelmin tuotettua ruokaa, jonka juuret Saimaa Geoparkin alueella ovat jääkauden muovaamassa luonnossa, moreeniharjuissa joiden puhtaat luontaiset aromit ja kivennäisaineet välittyvät upeana makunautintona.
- ✓ Geofood erottuu muista merkeistä vahvasta geologisen tarinansa ja hienon kansainvälisen verkostonsa ansiosta.
- ✓ Apua Geofood statuksen hankkimiseen saa mm. Norjassa sijaitsevan Magma Geoparkin entinen johtaja Sara Gentilini

## **GEOfood-VISIO**

- ✓ GEOfood-merkillä on selkeä filosofia: paikallisyhteisöjen tukeminen sekä UNESCO Global Geoparkien kokonaisvaltainen ja alhaalta ylöspäin suuntautuva lähestymistapa ovat myös GEOfood-brändin ydin.
- ✓ GEOfood-brändin juuret ovat UNESCO Global Geoparkeissa, ja niitä voidaan käyttää vain näillä alueilla.
- ✓ On tavoitteena, että vuoden 2023 loppuun mennessä GEOfood-brändi on käytössä vähintään 30 %:ssa ja vuonna 2025 mennessä 10 %:ssa muualla maailmassa sijaitsevista geoparkeista.



# Saimaa Geopark, Geofood



## Kriteerit GEOfood-tuotteille ja tuottajille

1. GEOfood-logoa saavat käyttää vain UNESCO Global Geoparkin alueella sijaitsevat tuottajat tai yritykset.
2. Geoparkin on tehtävä Magma Geoparkille hakemus GEOfood-brändiin liittymiseksi.
3. Kukin Geopark on vastuussa logon käytöstä ja kriteerien noudattamisesta.
4. Yritysten tai viljeltyjen peltöjen ja maatilojen sijainnin perusteella kukin Geopark voi päättää, perustetaanko Geoparkiin yhteydessä oleva puskurivyöhyke.
5. Puskurivyöhykkeen valinta on kuvattava etiketissä yhdessä muiden geologisten tietojen kanssa. Puskurivyöhykkeen valinta on perusteltava sillä, että tuotteet tai tehdas sijaitsevat lähellä Geoparkin rajoja ja/tai geologisen ilmiön alueella.
6. Tuottajien on sijaittava Geopark-alueella tai valitulla puskurivyöhykkeellä. GEOfood-tuottajat eivät voi sijaita Geoparkin tai puskurivyöhykkeen ulkopuolella.
7. GEOfood-tuotteiden raaka-aineiden on oltava peräisin Geopark-alueelta (tai puskurivyöhykkeeltä).
8. Raaka-aineita voidaan prosessoida Geoparkin ja/tai puskurivyöhykkeen ulkopuolella.



MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET

# Saimaa Geopark, Geofood

## GEOfood-kriteerit ravintoloille

1. GEOfood-logon on oltava selvästi näkyvissä ravintolassa ja niiden markkinointimateriaaleissa.
2. GEOfood-menujen inspiraation pitää kummuta alueen geologisesta perinnöstä ja ilmentää menujen tärkeyttä Geoparkille. Asiakkaat voivat kokea geologisen perinnön makuaistillaan. Mikäli mahdollista, tilaan luodaan paikallisen ympäristön tunnelmaa.
3. GEOfood-menuista vähintään 50 % pitää muodostua GEOfood-raaka-aineista. Lisätyn suolan ja sokerin ei tarvitse olla peräisin Geopark-alueelta (näitä ei lasketa mukaan 50 %:n alkuperävaatimukseen).
4. GEOfood-ravintoloissa tulisi olla tarjolla vähintään yksi kausittaisesti tai vuosittain vaihtuva GEOfood-menu.
5. Geoparkien ja ravintoloiden vastavuoroinen markkinointi logojen käytön, infolehtisten ja verkkosivujen (virallinen verkkosivusto, sosiaalinen media, lehdistötoimisto jne.).
6. Ravintola raportoi vuosittain tai sopimuksen mukaan Geoparkille GEOfood-toiminnastaan.



MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET




# Saimaa Geopark, Geofood

## **GEOfoodin TAVOITTEET**

- ✓ Vahvistaa paikallisten sidosryhmien ja Geopark-identiteetin välisiä yhteyksiä.
- ✓ Pää tavoitteena on lisätä suuren yleisön tietoisuutta paikallisen ruoan ja geologisen perinnön yhteyksistä. GEOfood-tuotemerkinnöissä korostetaan alueen geologisen perinnön erityisyyttä ja sen vaikutuksia alueen ruoka- ja kulttuuriperintöön.
- ✓ GEOfood-brändin tavoitteena on luoda UNESCO Global Geoparkien välille kumppanuusverkosto ja vahvistaa kaupunkien ja maaseudun välistä vuorovaikutusta.

## **GEOfood-TOIMET mm.**

- ✓ Kestävän kehityksen tukeminen: GEOfood-brändiä voivat käyttää vain yritykset, jotka täyttävät tietyt ympäristöstandardit:
- ✓ Biologisen monimuotoisuuden edistäminen ja maaperän laadun parantaminen vastuullisten ja kestävien maanviljelykäytäntöjen avulla.
- ✓ Tuottaa terveellistä ruokaa ei-kemiallisten tuholaisten ja rikkakasvien torjuntakäytäntöjen avulla.
- ✓ Vesivarojen vastuullinen käyttö, jätteiden kierrätys ja kausituotteiden kasvattaminen
- ✓ GEOfood-sertifikaatin voivat saada paikalliset pienet ja keskisuuret yritykset
- ✓ Geopark tukee paikallisia yrityksiä mainostamalla niitä ja käyttämällä niiden palveluja erilaisissa tapahtumissa.  MAA- JA KOTITALOUSNAISET



# Saimaa Geopark, Geofood



Tällä hetkellä Saimaa Geopark, Geodood –merkkiä käyttäviä yrityksiä ei ole. Saimaa Geopark on mukana sekä kansainvälisissä että kotimaisissa hankesuunnitelmissa. Hankkeiden toteutuessa, geofoodista kiinnostuneiden yritysten on mahdollista osallistua kansainväliselle makumatkalle ja tutustua geofoodin paremmin.

Lisätietoja:

Mikko Ikävalko, Puistonjohtaja, Saimaa Geopark

[mikko.ikavalko@saimaageopark.fi](mailto:mikko.ikavalko@saimaageopark.fi)

040 5720797



MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET

# EU:n nimisuoja

Euroopan unionilla on maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden nimiä suojaava EU:n nimisuojajärjestelmä, jonka puitteissa elintarvikkeiden nimet voidaan suojata alkuperänimityksinä (SAN), maantieteellisinä merkintöinä (SMM) tai aitoina, perinteisinä tuotteina (APT).

- ✓ Järjestelmä on sama kaikissa EU-maissa.
- ✓ Suojauksen tavoitteena on edistää monipuolista maataloustuotantoa, suojata tuotenimiä väärinkäytöltä ja jäljittelyltä sekä antaa kuluttajille tietoa tuotteen erikoisuudesta.
- ✓ Kuluttajat haluavat tietää, missä ja miten elintarvikkeet on valmistettu, sekä kuulla niiden erityisyydestä. Kuluttajalle nimisuoja onkin tae siitä, että tuotteen alkuperä ja tuotantotapa tiedetään.
- ✓ Merkin antamaa lisäarvoa voivat hyödyntää myös monet muut paikalliset toimijat kuin itse tuotetta valmistavat yritykset. Esimerkiksi ravintolat, agroturismi ja kulttuuriaktiviteetit saavat lisäarvoa omaan toimintaansa suosimalla nimisuoja tuotteita, sillä nimisuoja lisää tunnettuutta niin Suomessa kuin maailmalla.



# EU:n nimisuoja-alueet



**Suojattu alkuperänimitys (SAN)** voidaan myöntää tuotteelle, jonka laatu tai ominaisuudet johtuvat olennaisesti tai yksinomaan sen maantieteellisestä alueesta. Myös kaikkien tuotantovaiheiden on tapahduttava kyseisellä alueella.



**Suojattu maantieteellinen merkintä (SMM)** voidaan myöntää tuotteelle, jonka tietty laatu, maine tai muu ominaispiirre johtuu pääosin sen maantieteellisestä ympäristöstä. Tuotantovaiheista ainakin yhden on tapahduttava kyseisellä alueella.

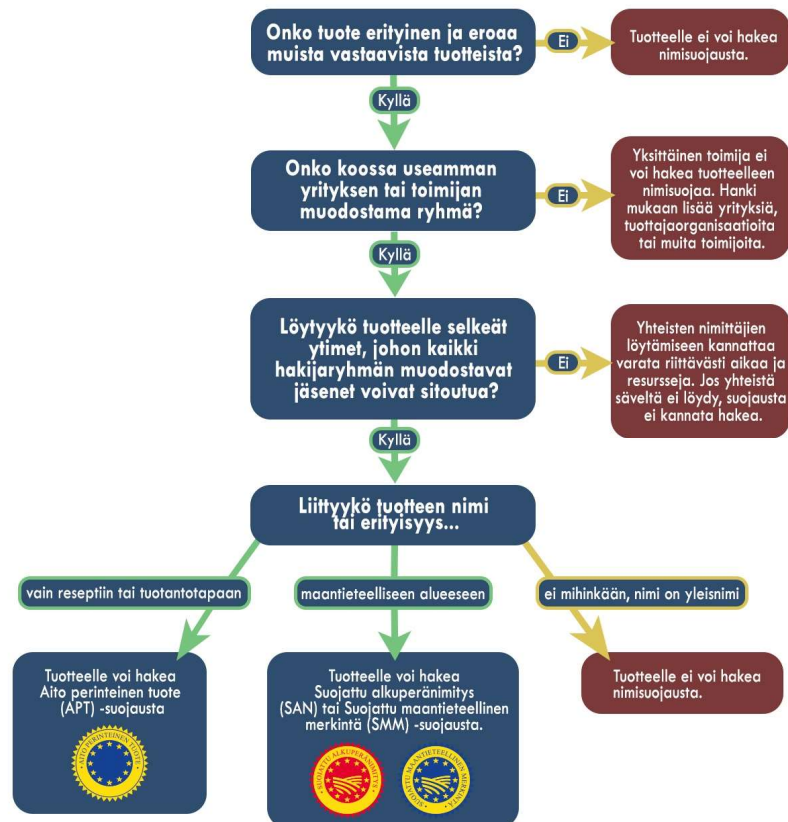


**Aito perinteinen tuote (APT)** voidaan myöntää tuotteelle, jolla on perinteinen koostumus tai tuotantotapa. Tuotetta voidaan valmistaa missä tahansa EU:n alueella, mutta tuote on valmistettava rekisteröidyn valmistusmenetelmän ja ainesosaluettelon mukaisesti.



# EU:n nimisuojan hakeminen

## Voinko hakea tuotteelle nimisuojaa?



Tarkat hakuohjeet ja menettelyt löydät Ruokaviraston sivuilta:

<https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/elintarvikeala/valmistus/elintarvikkeista-annettavat-tiedot/eun-nimisuojarjestelma/>



MAA- JA  
KOTITALOUSNAISET

# Suomalaiset nimisuojat tuotteet



# EU:n nimisuoja



Lisätietoa erityisesti nimisuojarahjestelmään ja suomalaiseseen lainsäädäntöön liittyen löytyy [Maa- ja metsätalousministeriön](#) ja [Ruokaviraston nettisivuilta](#) ja [Aitoja Makuja –sivustolta](#).

# Artesaaniruokatuote

- Artesaaniruokatuotteet ovat ainutlaatuisia tuotteita, joissa on paljon **makua**, jotka ovat **laadukkaita** ja joilla on selkeä **identiteetti**
- Nämä valmistetaan pääosin **paikallisista raaka-aineista** ja joiden **alkuperä on jäljitettävissä**, huolella jalostaen, **pienissä erissä** ja usein omalla tilalla
- Artesaaniruotatuotteen tuntomerkinä on **ammattitaitoinen käsin tekeminen** läpi koko tuotantoketjun
- Artesaaniruoka ja -tuotteet nostavat esiin **perinteet** ruuanlaitossa, jalostaa näitä perinteitä ja luo **innovatiivisia** tuotteita
- Artesaaniruokatuotteet valmistetaan **ilman turhia lisäaineita**, jolloin korostuu tekijän ammattitaito valmistaa tuote laadukkaasti, luonnollisin menetelmin
- Tuotteen voi sertifioida v. 2023 lähtien



## Definition av mathantverk

Inom Mathantverk skapas **unika** produkter med **rik smak**, av **hög kvalitet** och **tydlig identitet**. Produkterna tillverkas i huvudsak av **lokala råvaror** som förädlas varsamt med **naturliga processer**, i **liten skala** och ofta på den **egna gården** eller i det **egna företaget**. Mathantverkaren går den **långa vägen** och utgår från **traditionerna** och traditionella metoder, förfinar och utvecklar dem med sin kunskap och innovativa förmåga. Kännetecknande för mathantverk är att **människans hand** och kunnande är med i hela produktionskedjan.

